

# BAD LOGO

## Proposition

Réinventez un **logotype** d'une marque connue, en mettant en valeur un **aspect très éloigné** de l'original. Saisissez-vous de la singularité des œuvres d'artistes ayant des démarches artistiques **critiques de la société de consommation**. Développez votre point de vue et votre jugement.

## Vocabulaire

**Logotype** : Un logotype, plus couramment appelé « logo », est une représentation graphique permettant d'identifier immédiatement une entreprise, un produit ou un service. Il est souvent couplé à une marque. Il doit traduire visuellement les valeurs et objectifs de l'entreprise. Concrètement un symbole ou un pictogramme devient un logo lorsque notre esprit fait l'association entre le symbole et le nom d'une marque.

**Détournement** : En arts plastiques, ce procédé artistique consiste à s'approprier une œuvre, une image ou un objet, et à l'utiliser pour une représentation ou un usage différent de son origine ; ce qui en modifie son sens premier ou sa fonction.

## REFERENCES



H5 (François Alaux, Hervé de Crecy et Ludovic Houplain), *Logorama*, 2009, 16 minutes 15 secondes

**Pop Art** : Le Pop Art est un **mouvement artistique** né au Royaume-Uni dans les années 1950. Il s'est ensuite développé aux États-Unis dans les années 1960. En français, pop art veut dire « **art populaire** ». Cet art s'inspire de la **culture de masse et de la société de consommation**. À travers ce mouvement, les artistes ont voulu montrer l'**influence de la publicité, des magazines, des bandes dessinées et de la télévision sur les consommateurs**.



Andy Warhol (1928-1987), *Campbell's Soup Cans* (Boîtes de soupe Campbell's), 1962, acrylique et liquide peint en sérigraphie sur toile, série de 32 toiles de 50,8 x 40,6 cm chacune, Museum of Modern Art, New York, États-Unis



Zevs (1977), *Liquidated Logo*



Jani Leinonen (1978), *The Most Terrible Things* (Les choses les plus terribles), 2015, acrylique sur polystyrène, Kiasma Museum of Contemporary Art, Helsinki, Finlande